

# GM作物はどう語られてきたか

国際基督教大学 教養学部  
山口 富子

# なぜマスメディアに着目するのか？

---

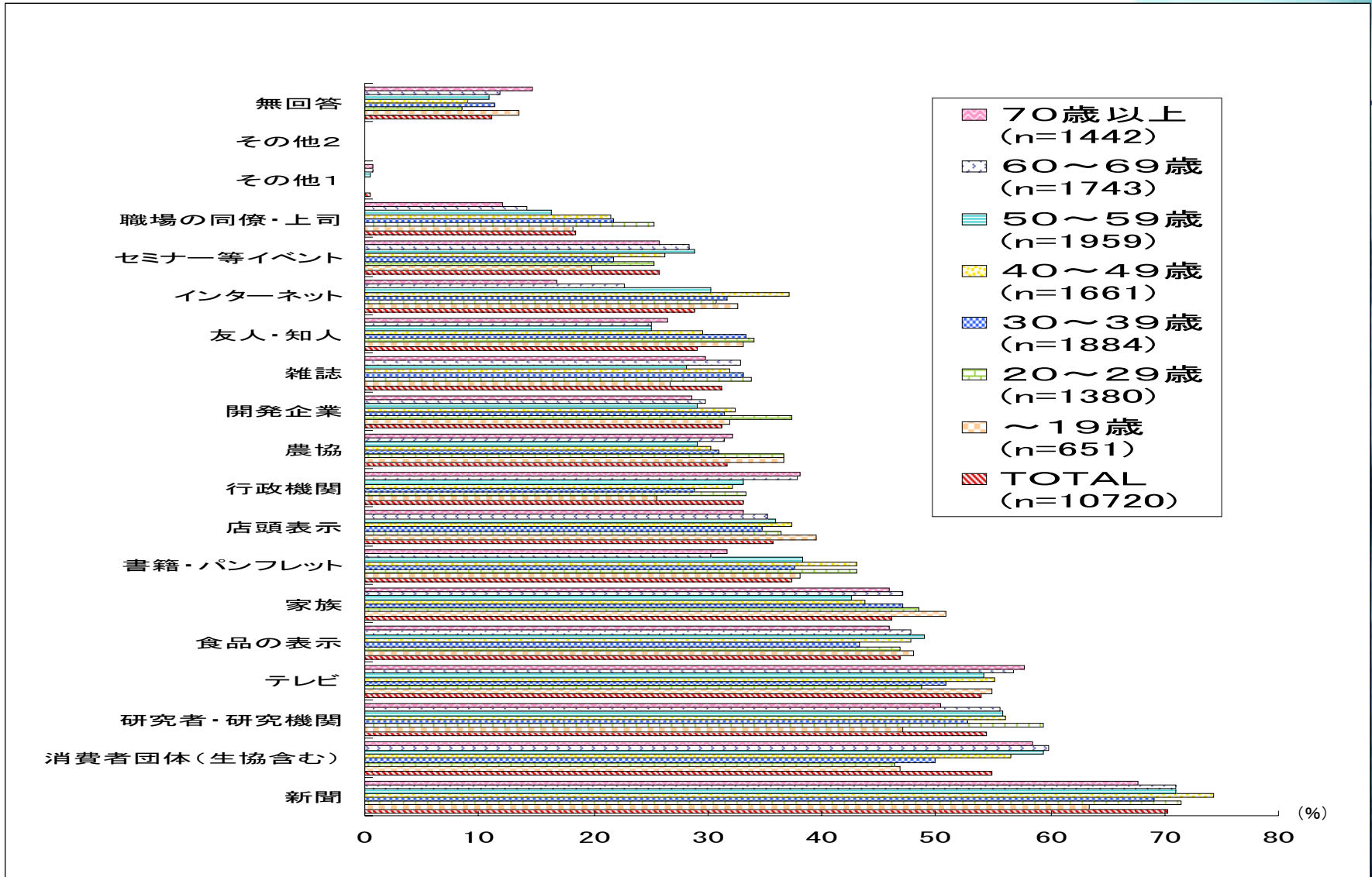
## ■ 意識形成におけるマスメディアの影響力

多くの消費者は、GMOの情報はメディアから得ている  
風評被害を引き起こすほどの影響力を持っている

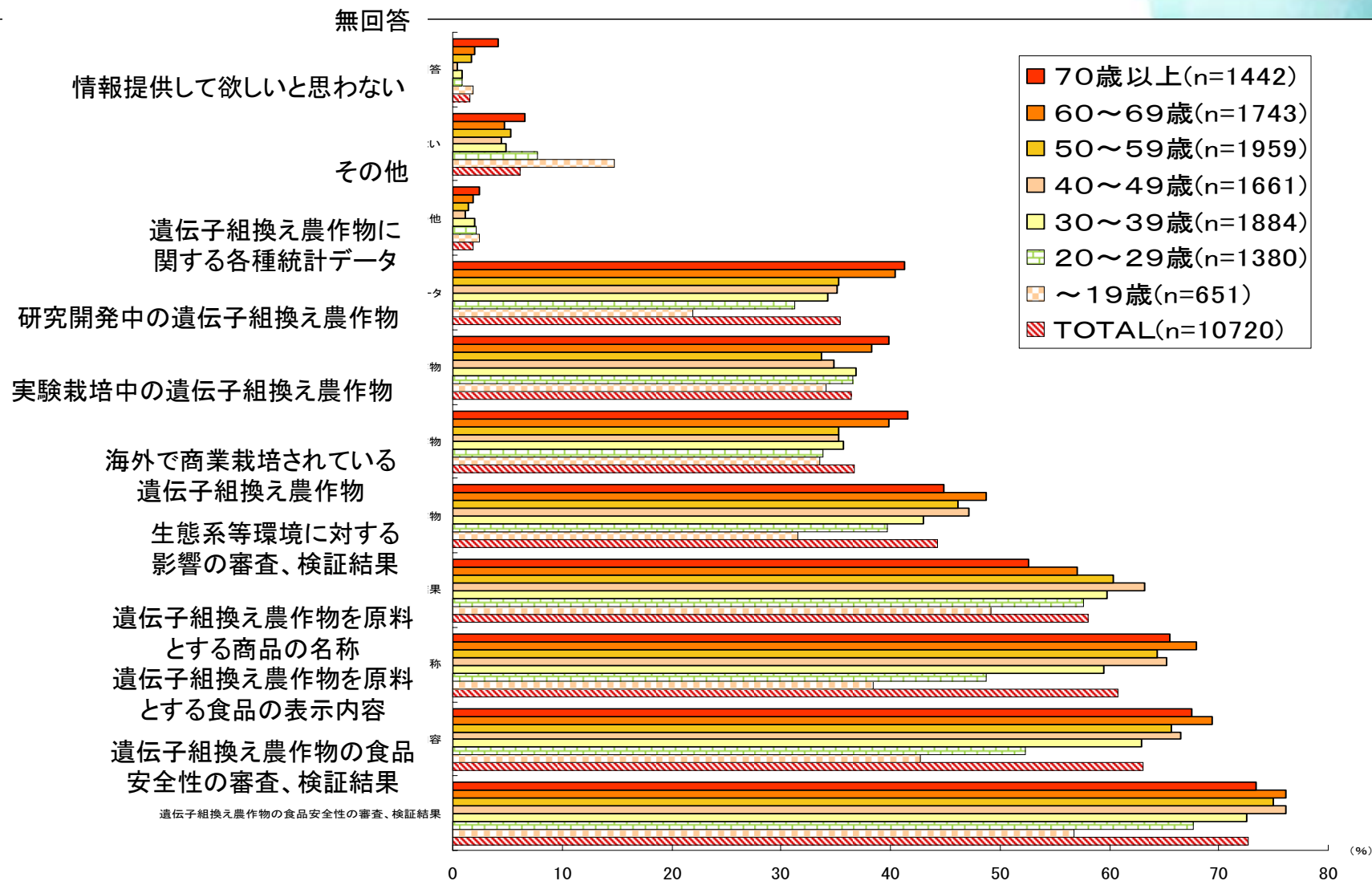
## ■ これまでのGMO報道の傾向

センセーショナルな報道に陥りやすい  
訂正報道はほとんど皆無

# 媒体に対する信頼度

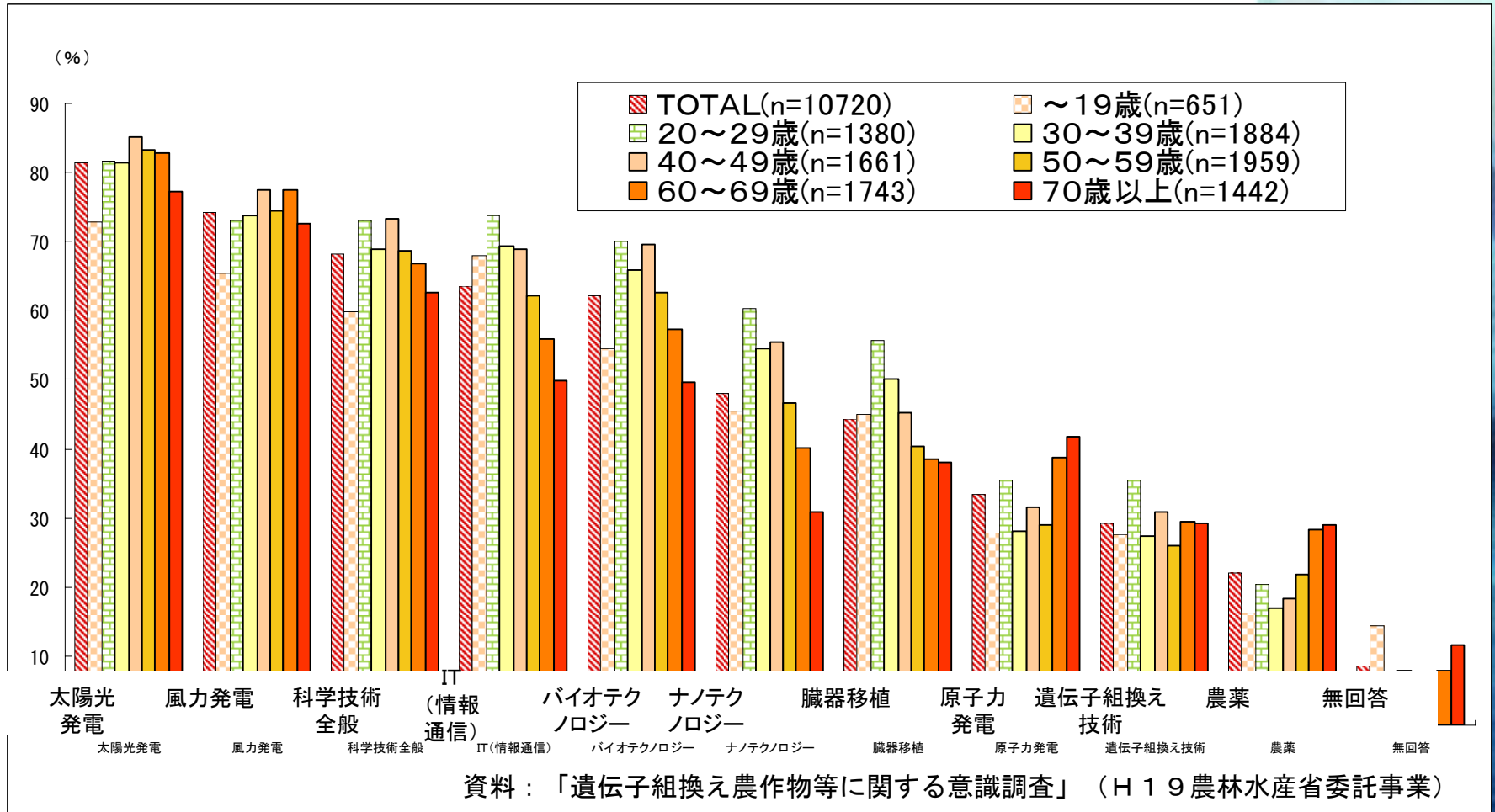


# 遺伝子組換え技術(農作物)に関して欲しい情報

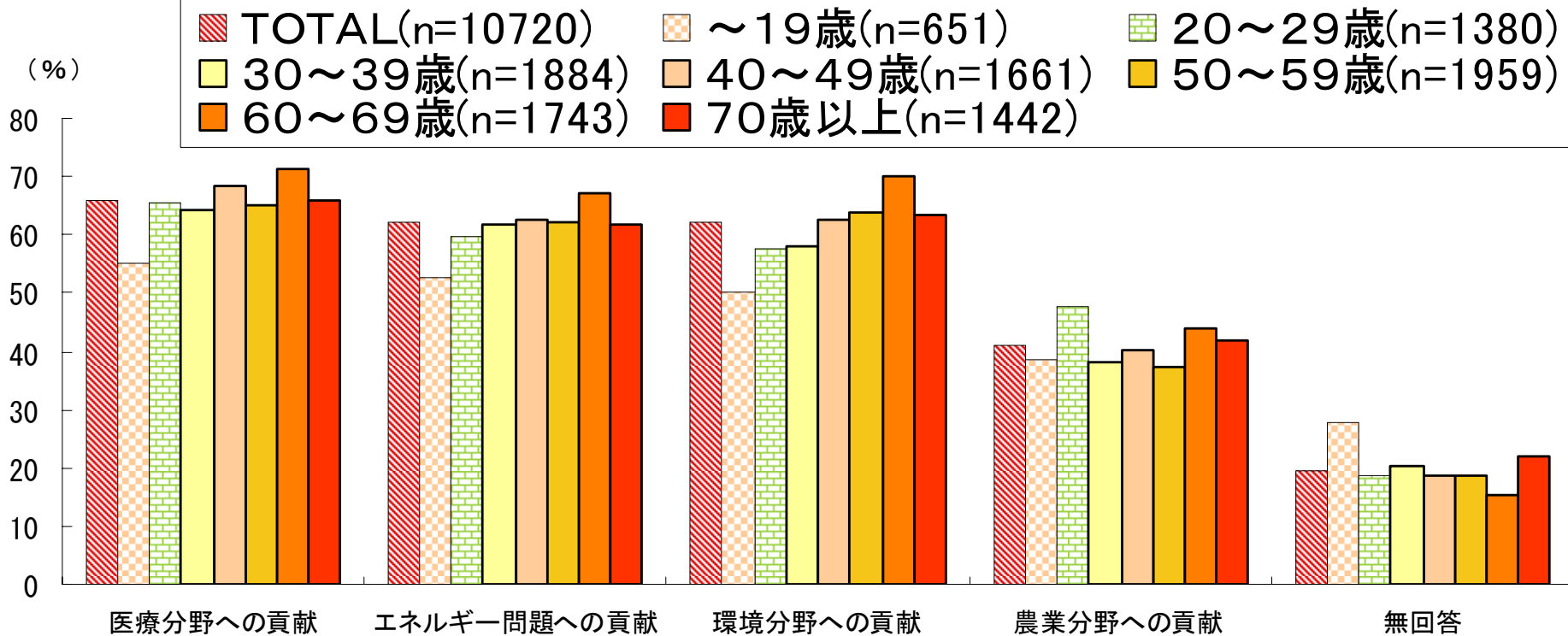


資料：「遺伝子組換え農作物等に関する意識調査」(H19農林水産省委託事業)

# 科学技術等に対する期待感



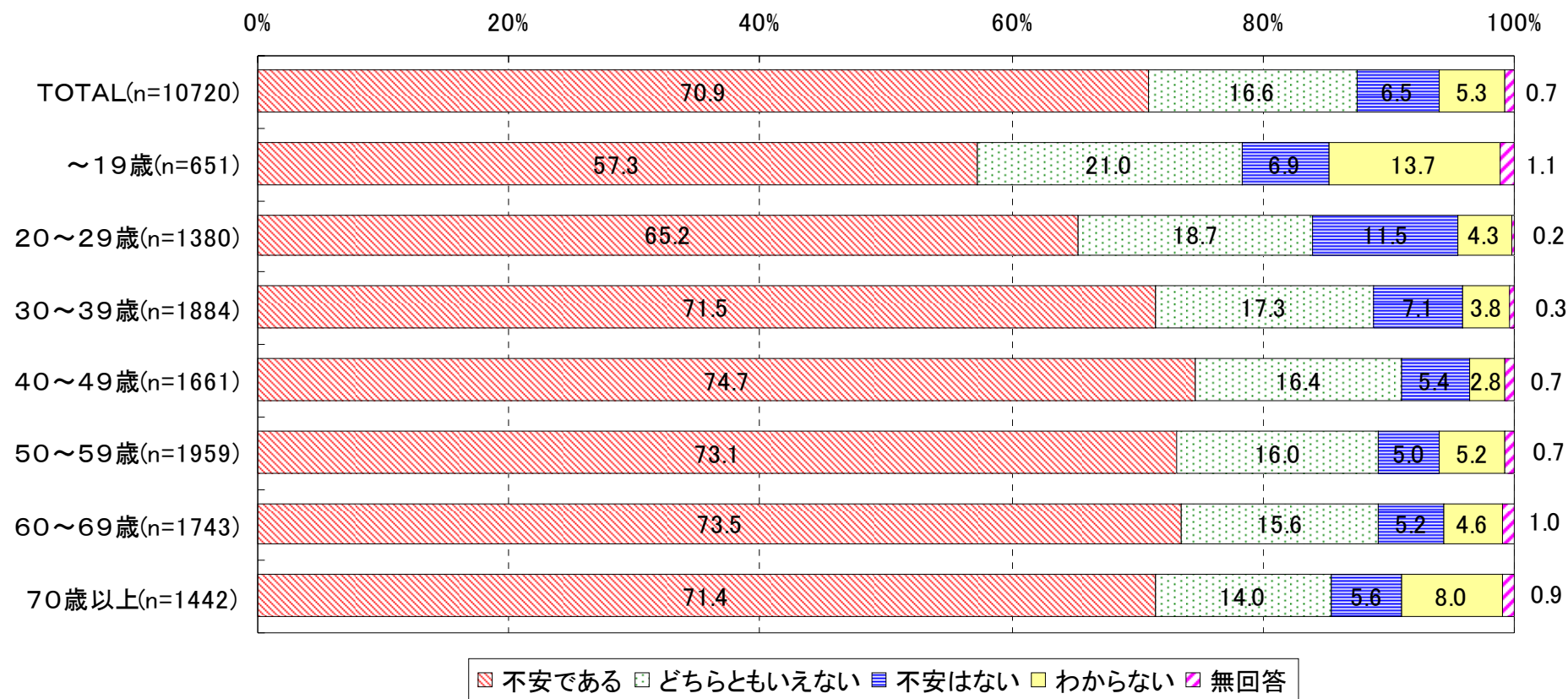
# 遺伝子組換え技術への期待感



資料：「遺伝子組換え農作物等に関する意識調査」（H19農林水産省委託事業）

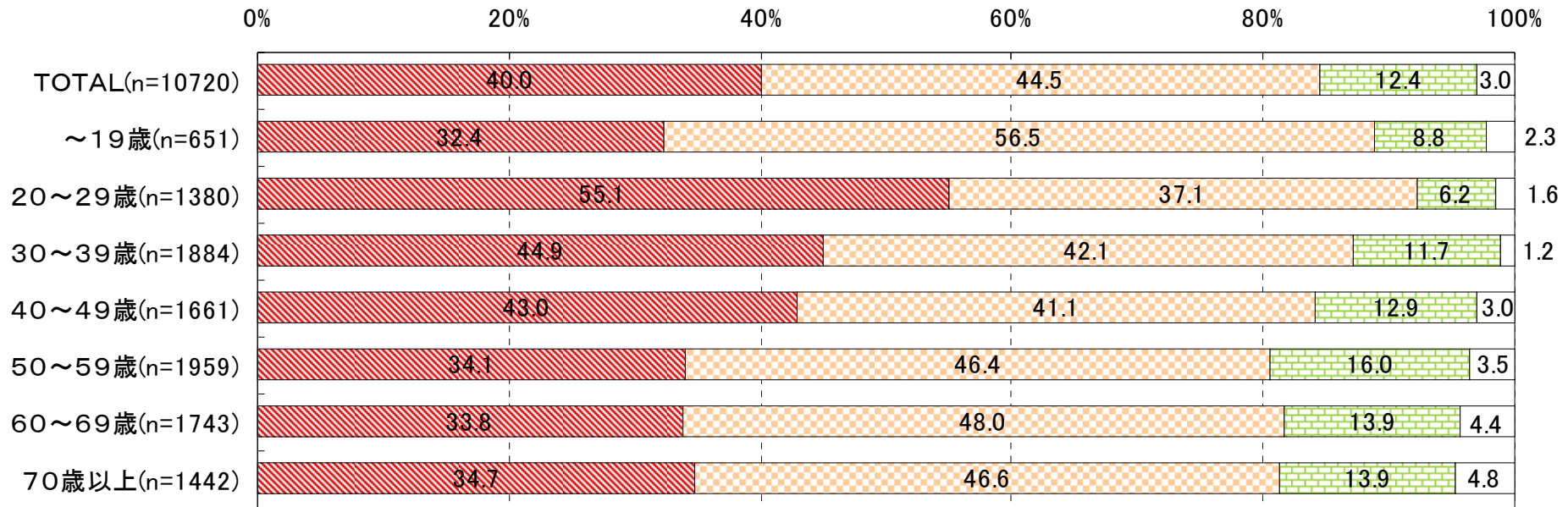


# 遺伝子組換え農作物に対する不安感の有無



資料：「遺伝子組換え農作物等に関する意識調査」（H19農林水産省委託事業）

# 研究開発目的の国内での実験栽培への意向

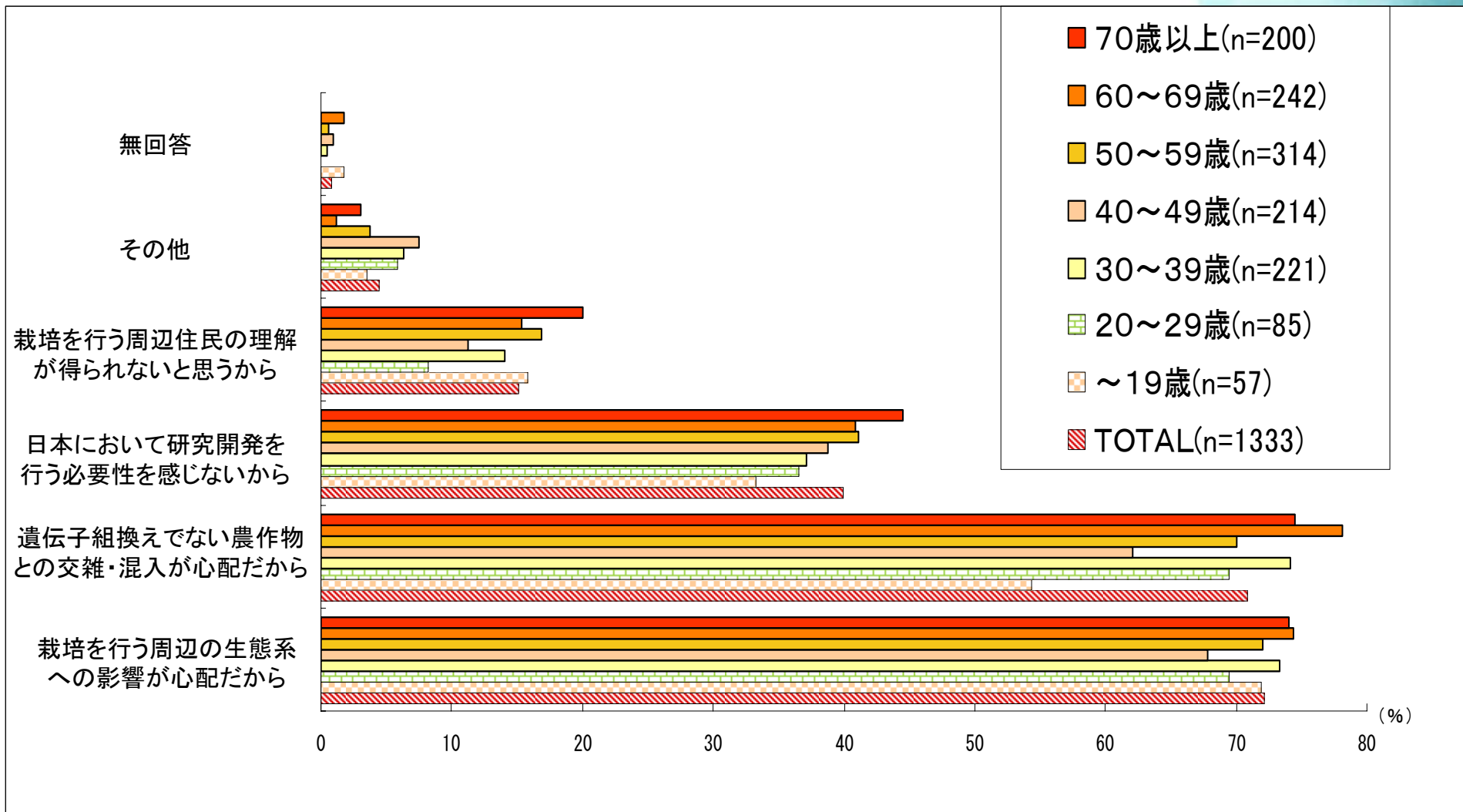


資料：「遺伝子組換え農作物等に関する意識調査」（H19農林水産省委託事業）

■ 栽培してもよい／栽培すべきである
 ■ どちらともいえない
 ■ 栽培するべきではない
 ■ 無回答

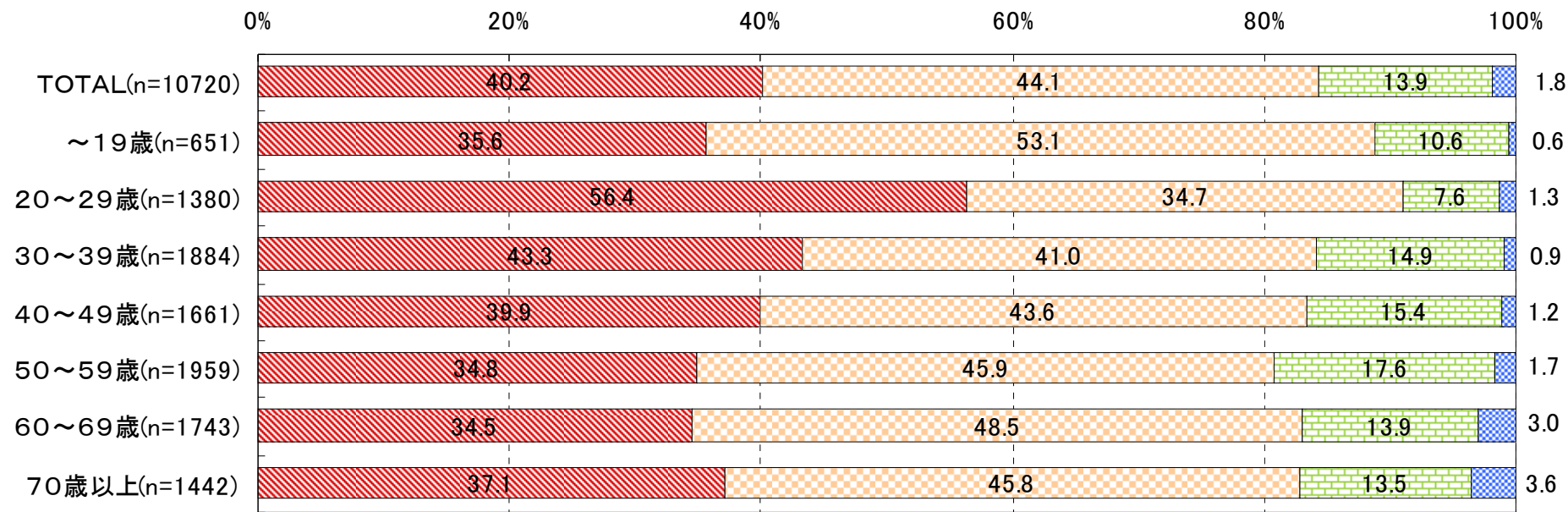


# 実験栽培反対の理由(前の質問において「反対」と回答した者の結果)



資料：「遺伝子組換え農作物等に関する意識調査」(H19農林水産省委託事業)

# 国内において商業栽培許可された遺伝子組換え農作物の栽培への意向



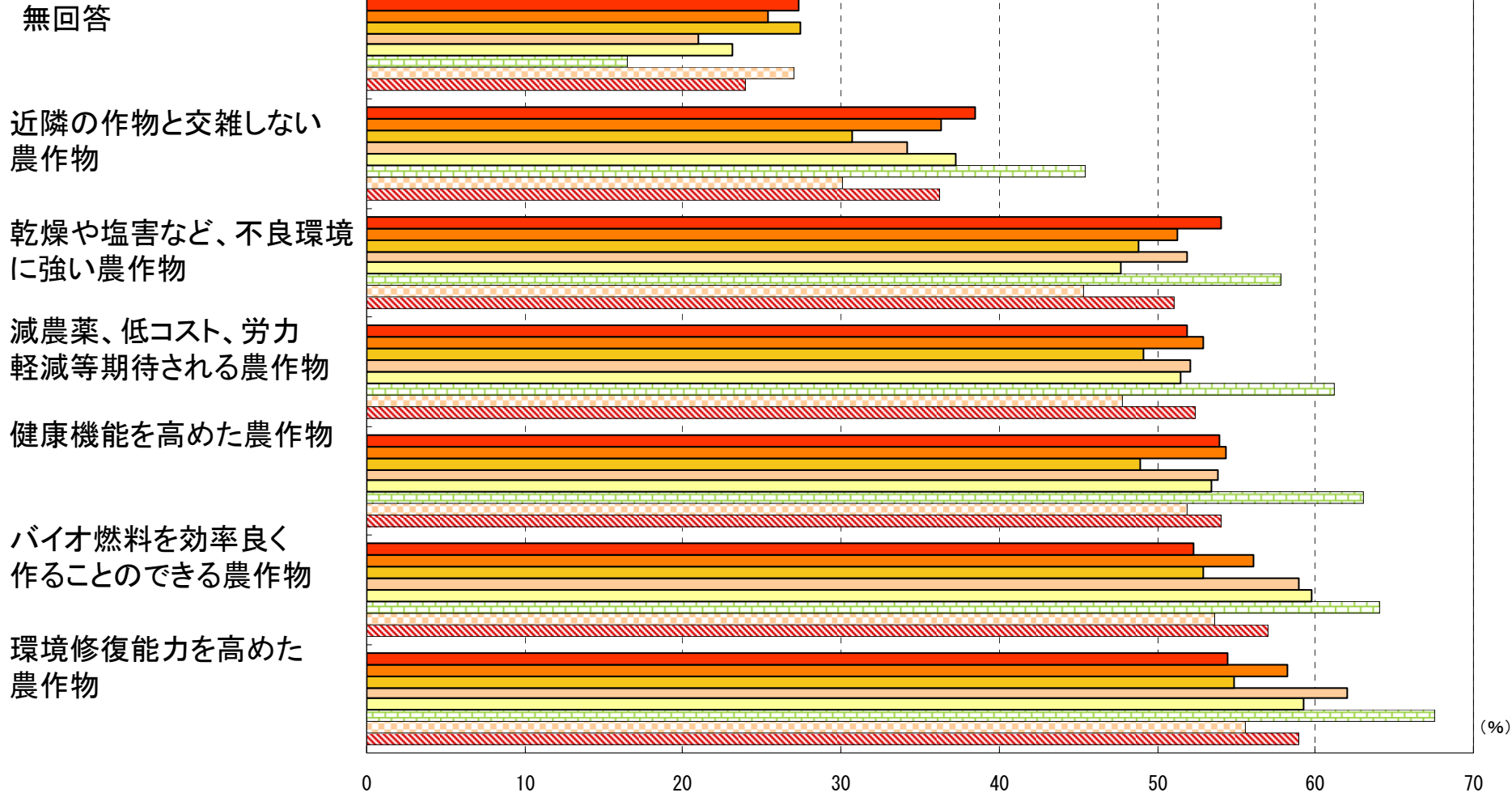
- 
- 

資料：「遺伝子組換え農作物等に関する意識調査」（H19農林水産省委託事業）

# 研究開発することに期待する遺伝子組換え農作物

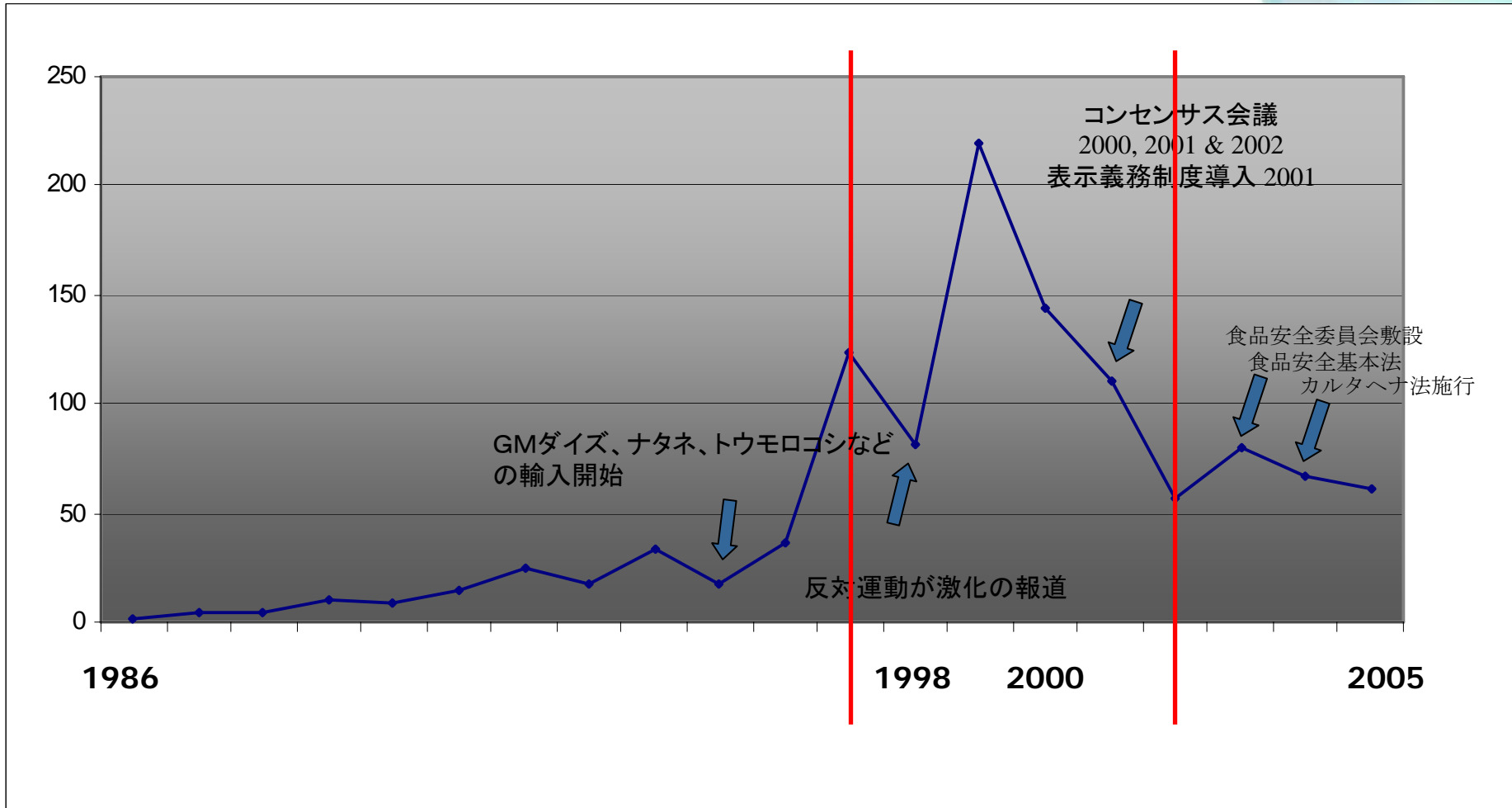
▨ TOTAL(n=10720)   
 □ ~19歳(n=651)   
 □ 20~29歳(n=1380)   
 □ 30~39歳(n=1884)

□ 40~49歳(n=1661)   
 □ 50~59歳(n=1959)   
 □ 60~69歳(n=1743)   
 □ 70歳以上(n=1442)



資料：「遺伝子組換え農作物等に関する意識調査」（H19農林水産省委託事業）

# 社会的な出来事と記事の数の推移



# 過去20年の論点のシフト

---

GMOへの期待



市場の先行きに対する不安



議論の激化

## テレビの報道記者

---

- 多様なテーマを取り扱うことを求められているため、時間などの制約によりGMOについてあえて勉強しない
- ニュースをつくる時他者との横並びの意識が働く
- 「普通の事」は報道しづらい



# マスメディアの特性と情報の伝達

---

- シンプルな情報構成
- 分業体制と外注による番組制作
- 組織上の制約
  - 科学部があるのはTV局では1社のみ
  - 科学部でも理系は6割程度
- 時間的制約
  - カンによる判断

## 組織上の制約

---

- 科学部の存在の有無
- 視聴率アップ・購読部数増加が組織としての目標
- 紙面・時間の有限性に起因するにニュースバリューの増減
- 制作費削減・慢性的な人材不足
- 現場での実践教育のみ
- 細かく分かれた分業体制と外注

# ジャーナリスト

---

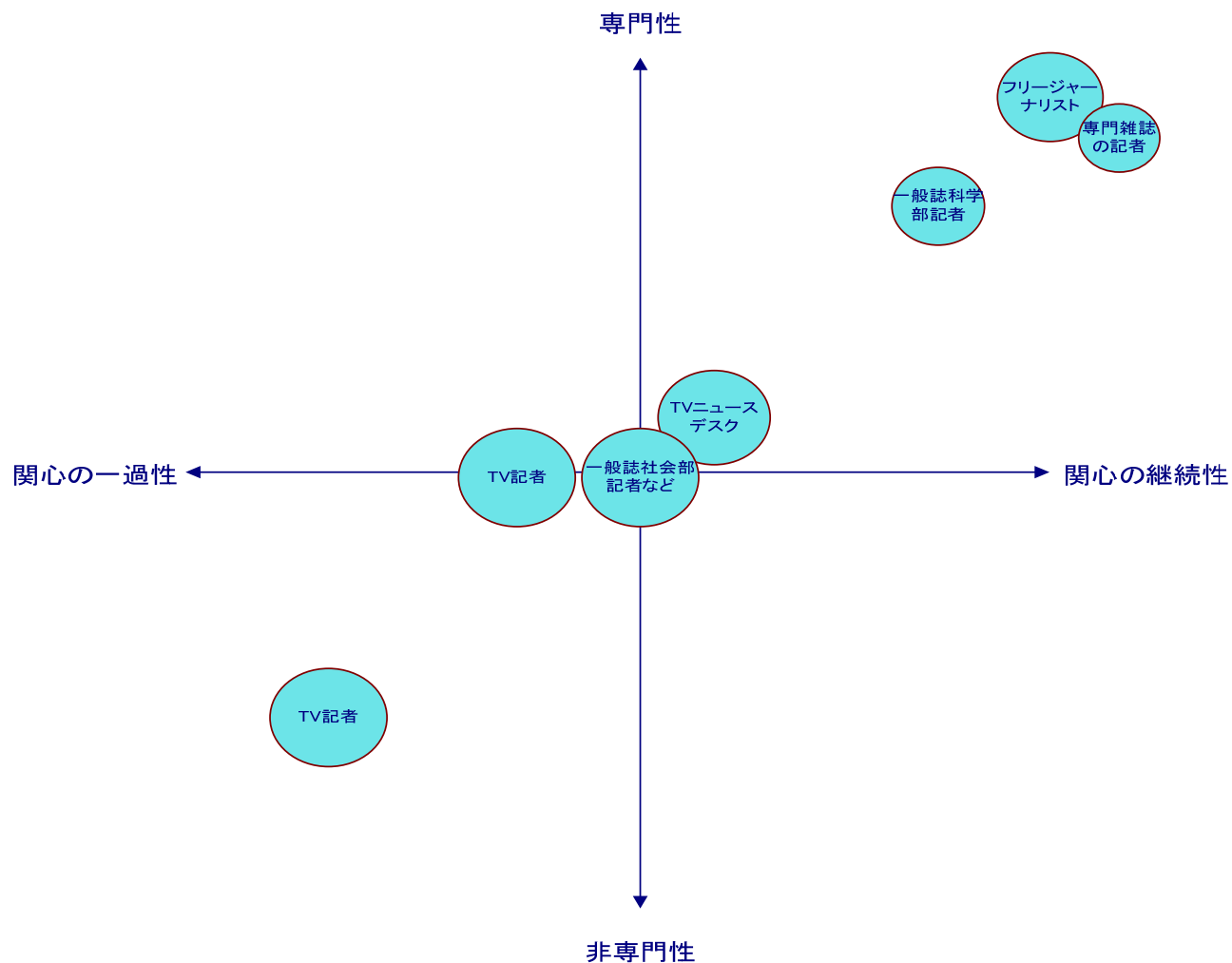
- メディアが流した情報が社会にどのような影響を及ぼすかを常に意識して報道する
- 事件が起これば報道しなくてはならないので、その日に備えて日頃から勉強を心がける
- 科学技術のフロンティアで何が起きているか意識を向けている
- 但し、他のメディアが取り上げれば報道せざるを得ないという横並びの意識

# テレビのプロデューサー

---

- 社会的討論番組であっても番組はエンタ  
テイメントである
  - 「討論のダイナミズム」を予想し人を集める
- 特定の利害関係者に汲みしないスタンス  
で番組を制作する
- 「少数意見はおいしい」
  - 少数派は意識が高い場合が多い

# 類型別のGMOの専門性と関心



## マスメディアから流れてくる情報

---

- 「マスメディア」から流れる情報は、質と内容が千差万別である。視聴者が情報を自分で判断する必要がある。



The background is a blue-toned, abstract image. In the upper left, a laptop screen is visible, displaying a logo that consists of a stylized 'W' or similar character inside a circle. Below the screen, a keyboard is partially visible, with a few keys highlighted in a lighter shade. The overall aesthetic is clean and professional, with a strong emphasis on the color blue.

ご静聴ありがとうございました！